

Comisión N° 8: Consumidor: "Protección del consumidor de servicios financieros y bursátiles"

EL CONCEPTO DE CONSUMIDOR DE SERVICIOS FINANCIEROS Y BURSÁTILES Y EL ROL DEL ESTADO

Autor: Sergio Sebastián Barocelli*

Resumen:

En la presente ponencia se abordarán los criterios para delimitar los alcances del concepto de consumidor de servicios financieros y bursátiles a efectos de la aplicación del sistema protectorio del Derecho del Consumidor y del rol del Estado en la materia, en particular respecto de los consumidores hipervulnerables.

1. Introducción.

En los últimos años importantes transformaciones sociales, políticas, económicas, culturales y tecnológicas han atravesado y atraviesan las sociedades en Occidente como consecuencia de la consolidación de la llamada "sociedad de consumo"¹. Algunas de sus características son: producción tecnificada y masificada, estandarización y despersonalización de las condiciones de comercialización de bienes y servicios, agresivas campañas de publicidad, moda y prácticas comerciales, construcción del poder de la "marca", masificación del crédito y situaciones de monopolio y oligopolio. Así, las relaciones entre quienes adquieren o utilizan bienes o servicios para satisfacer necesidades domésticas y quienes proveen bienes y servicios en el mercado se dan en un marco de asimetría estructural, caracterizada por la debilidad y vulnerabilidad de los consumidores y usuarios.

En este contexto, consumo, publicidad y crédito constituyen un triángulo que retroalimenta el sistema de la sociedad de consumo: la creación y fomento de necesidades se desarrollan por la publicidad, la moda y las prácticas comerciales en general, en tanto que la facilitación al consumo viene de la mano con la generalización y ampliación de las modalidades de financiación. Toda vez que lo que hará de definir la

* Profesor Adjunto Regular, Contratos Civiles y Comerciales, Facultad de Derecho, Universidad de Buenos Aires. Profesor Ordinario Adjunto. Derecho Civil III. Facultad de Ciencias Jurídicas. Universidad del Salvador.

1 El sociólogo polaco BAUMAN explica que cuando decimos que "la nuestra es una sociedad de consumo debemos considerar algo más que el hecho trivial, común y poco diferenciador de que todos consumimos. La nuestra es "una comunidad de consumidores" en el mismo sentido en que la sociedad de nuestros abuelos merecía el nombre de "sociedad de productores". En esta segunda modernidad, o posmodernidad, la sociedad humana impone a sus miembros principalmente la obligación de ser consumidores. La forma en que esta sociedad moldea a sus integrantes está regida, ante todo y en primer lugar, por la necesidad de desempeñar ese papel; la norma que les impone, la de tener capacidad y voluntad de consumir. La diferencia reside en el énfasis que se ponga en cada sociedad; ese cambio de énfasis marca una enorme diferencia casi en todos los aspectos de esa sociedad, en su cultura y en el destino individual de cada uno de sus miembros. Las diferencias son tan profundas y universales, que justifican plenamente hablar de la sociedad actual como de una comunidad totalmente diferente de la anterior: una sociedad de consumo." Cfr., BAUMAN, Zygmunt, *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*, Barcelona, Gedisa, 2005, pág. 44.

ubicación de un individuo en la pirámide social no será cuánto tiene sino cuánto gasta², la *instigación* al consumo como condicionamiento de integración social forzarán a muchos consumidores a endeudarse cada vez más. Consumo y crédito se encuentran íntimamente vinculados y encuentran muchas veces su fundamento uno en el otro.

Otras de las características que pueden también observarse una masificación del acceso a los servicios financieros. La “bancarización obligatoria”, la masificación de medios de pago y financiación electrónica, la popularización de diversas formas de crédito e inversiones, la promoción de la llamada “inclusión financiera”, entre otros aspectos ha acercado al público no especializado diversos productos y servicios financieros y bursátiles, no sin ello aparejar y desplegar nuevos riesgos, conflictos y desafíos.

Por tal razón, desde el Derecho del Consumidor se ha intentado dar nuevas respuestas a dichas problemáticas. Las cuestiones vinculadas a la financiación de las operaciones de consumo, los servicios financieros y bursátiles constituyen un capítulo desatado de las regulaciones protectorias del consumidor en la legislación comparada, tanto en temas referido a los deberes a cumplimentar por quienes financien operaciones de consumo, en temas tan diversos y complejos como la información, requisitos, modalidades de implementación, intereses o prevención y tratamiento del sobreendeudamiento de los consumidores.

En el derecho argentino, no obstante, dicho apartado se encuentra en un estado embrionario. El capítulo VIII de la Ley N° 24.240 de Defensa del Consumidor (LDC), con su único artículo 36, era la única de las previsiones normativas en la materia. A esta cuestión podemos agregarle, en la normativa especial dictada por el Congreso Nacional, la Ley N° 25.065 de Tarjeta de Crédito y, en el nuevo Código Civil y Comercial, el Parágrafo 2° “Contratos bancarios con consumidores y usuarios”, de la Sección 1ª, del Capítulo 12 “Contratos bancarios”, en el Título IV, del Libro III (artículos 1.384 a 1.389), como así también normas dictadas por las respectivas autoridades de aplicación (Banco Central de la República Argentina y Comisión Nacional de Valores).

A los efectos de esta ponencia nos abocaremos específicamente a delinear los alcances del concepto de consumidor de servicios financieros y bursátiles.

2. Sobre el concepto de consumidor de servicios financieros y bursátiles.

Como señaláramos anteriormente la LDC le dedicó a la cuestión el capítulo VIII con su único artículo 36. Dicho artículo sufrió las modificaciones de las leyes 26.361 y 26.993.

Ha puntualizado correctamente la doctrina que el capítulo VIII ha sido incorrectamente titulado bajo el nombre “De las operaciones de venta de crédito”, cuando debió establecerse “De las operaciones a crédito³”.

Analizaremos a continuación cada uno de los aspectos por ella involucrados.

a) Del ámbito de aplicación: la relación de consumo.

2 DEL PERCIO, Enrique, *La condición social*, Editorial Altamira. Buenos Aires, 2006.

3 FARINA, Juan M., “*Defensa del consumidor y del usuario*”, 4ª edición, Astrea, Buenos Aires, 2008, pág. 381.

En primer término es oportuno tener presente que para resultar aplicable la presente disposición debemos estar en presencia de una relación de consumo, esto es, el vínculo jurídico entre consumidor y proveedor de conformidad con los artículos 1.092 y 1.093 del CCC y los artículos 1, 2 y 3 de la LDC.

Es decir podrá tratarse de con un consumidor directo, un consumidor indirecto o un consumidor expuesto.

Recordemos que el “consumidor directo” o “consumidor en sentido estricto” comprende a quien adquiere o utiliza bienes o servicios financieros o bursátiles para satisfacer necesidades domésticas o de su grupo familiar o de relación, que se encontraba ya en el primer párrafo del artículo 1 de la LDC y en idéntico sentido en el primer párrafo del artículo 1.092 del nuevo Código Civil Comercial. En este sentido entendemos que el nuevo Código ha contribuido más a desvanecer los argumentos de quienes propugnan la existencia de un supuesto “consumidor empresario”, al prescribir expresamente en el artículo 1.093 que el destino de los bienes y servicios, para ser calificado como consumidor, tiene que ser no solo final, sino también privado. Asimismo el nuevo Código regula expresamente los contratos de adhesión, tanto entre dos empresas, como entre empresas y consumidores, en los artículo 984 y subsiguientes, estableciendo prescripciones especiales en materia de formalismo de protección, interpretación, cláusulas abusivas, entre otros. Por tanto, los argumentos de “pobreza” del ordenamiento jurídico para “estirar” la noción de consumidor, desnaturalizándola y comprendiendo estos supuestos carecen ya, desde nuestro punto de vista, de fundamentos.

También puede tratarse de un “consumidor indirecto” o “usuario no contratante”, también permanece indemne en el segundo párrafo del artículo 1 de la LDC y el art. 1.092 del CCC. Nos referimos a quienes, sin ser parte del contrato o vínculo de origen con el proveedor, en virtud de un vínculo con el otro co-contratante, que puede o no ser consumidor, son los destinatarios finales de la prestación objeto del mismo o de sus efectos jurídicos. Son ejemplos de ello los beneficiarios de contratos a favor de terceros (titulares de extensión de tarjetas de créditos, usuarios autorizados de una caja de seguridad, etc.), sucesores singulares o universales del consumidor directo o fiadores de una deuda vinculada a una relación de consumo.

Y también comprenderá a los sujetos expuestos a la relación de consumo, en los términos del artículo 1.096 del CCC. Recordemos que a los sujetos expuestos a la relación de consumo los caracterizábamos como aquellos sujetos que, sin haber adquirido o utilizado directamente un bien o servicio introducido en el mercado por los proveedores, sufrían o estaban en peligro de sufrir un daño o lesión en sus derechos, como consecuencia de una acción u omisión originada en una actividad encaminada a satisfacer la demanda de bienes y servicios para destino final de consumidores y usuarios, comprendiendo tanto a potenciales consumidores frente a prácticas de mercado (oferta a persona indeterminada, publicidad, prácticas de marketing, condiciones generales de la contratación, etc.) como a víctimas no contratantes de daños por defectos de producto o incumplimiento del deber de seguridad. El artículo 1.096 del CCC prescribe:” Las normas de esta Sección y de la Sección 2a del presente Capítulo son aplicables a todas las personas expuestas a las prácticas comerciales, determinables o no, sean consumidores o sujetos equiparados conforme a lo dispuesto en el artículo 1092”. Vale tener presente que dicho artículo esta inserto en la Sección 1ª, titulada “Prácticas abusivas, que reglamenta las cuestiones referidas a los derechos al trato digno, al trato equitativo y no discriminatorio y a la libertad de contratar de los consumidores y que la Sección 2ª, titulada “Información y publicidad dirigida a los

consumidores”, regula el derecho/deber de información, las ilicitudes publicitarias y los efectos de la publicidad. Resulta, por tanto, decisivo echar luz sobre el alcance del concepto de “prácticas comerciales”, para determinar entonces el alcance del concepto de sujeto expuesto a la relación de consumo. Al respecto, señala Rubén Stiglitz que las prácticas comerciales son todos los mecanismos, técnicas y métodos que sirvan, directa o indirectamente, a facilitar la salida de la producción y que se trata de un concepto extremadamente amplio que incluye el marketing, las garantías, los servicios posventa, la ejecución del contrato y la extinción de las obligaciones derivadas de los contratos. En el derecho comparado, la Directiva Comunitaria N° 29/2005 de la Unión Europea, ha caracterizado a las “prácticas comerciales” como “todo acto, omisión, conducta o manifestación, o comunicación comercial, incluidas la publicidad y la comercialización, procedente de un comerciante y directamente relacionado con la promoción, la venta o el suministro de un producto a los consumidores”. Por tanto, entendemos que constituyen prácticas comerciales ilícitas: emitir ilicitudes publicitarias; cometer restricciones a la libertad de elección; desarrollar prácticas abusivas, desleales y agresivas; incumplir con los deberes de información, seguridad y trato digno e, incluso, introducir en el mercado productos defectuosos.

Por consiguiente, en primer término, tendrá que pasarse el “test” de la existencia de una relación de consumo para por aplicase las normas de protección al consumidor, cuestión que el artículo 1384 reafirma en materia de contratos bancarios.

b) Un consumidor especial: el de servicios financieros y bursátiles.

En segundo término, debemos delimitar el ámbito específico para determinar la aplicación de las normas en materia financiera y bursátil.

El artículo 36 de la LDC dispone su aplicación a: a) operaciones financieras para consumo; b) las de crédito para el consumo.

Dentro de la noción de “operaciones financieras de consumo” encuadrar a todas las operaciones, tanto activas, pasivas como neutras⁴, realizadas por entidades financieras comprendidas por la Ley N° 21.526 y otras entidades asimilables (cooperativas, mutuales, asociaciones sindicales) cuando el bien o servicio es destinado por satisfacer necesidades privadas o domésticas de consumidor o de su familia o grupo social de relación.

En cuanto a la noción de “crédito al consumo”, quedarán comprendidas las operaciones que financien total o parcialmente la adquisición o utilización de bienes y/o servicios para consumo privado (es decir, personal, familiar o social), cualquiera sea su

4 Operaciones activas son aquellas mediante las cuales las entidades financieras conceden a sus clientes sumas dinerarias o disponibilidad para obtenerlas. Los contratos u operaciones activas fundamentales son el préstamo, la apertura de crédito (en sus diversas formas) y el descuento bancario. Las operaciones pasivas son aquellas mediante las cuales las entidades financieras reciben medios y disponibilidades monetarias y financieras para aplicarlas a sus fines propios. Los contratos y operaciones pasivas fundamentales son los depósitos a la vista (cuenta corriente bancaria, caja de ahorros, cuenta única universal y “cuentas sueldo”) y el redescuento bancario. Operaciones neutras son aquellas mediante las cuales las entidades financieras prestan determinados servicios a sus clientes, que no suponen ni la obtención ni la concesión de crédito. Son operaciones neutras el servicio de caja de seguridad, el aval bancario, fideicomisos o giros o transferencias. Para ampliar sobre el punto, ver: BONFANTI, Mario, *Contratos bancarios*, Abeledo-Perrot, Buenos Aires, 1993; MOEREMANS, Daniel E., *Contratación bancaria y ley de defensa de los consumidores (ley 24.240)*, La Ley 1997-E, 1267.

forma, modalidad, tipo contractual o de otra especie, otorgado directamente por el proveedor del bien y/o servicio o por un tercero, vinculado o no con el proveedor⁵, sea que actúe de manera profesional u ocasional.

Quedan incluidas por consiguiente: a) Operaciones de financiación del propio proveedor, como ser compraventa a plazos, cuenta corriente mercantil, tarjetas de compra, leasing, préstamos personales o con garantía hipotecaria o prendaria, etc.⁶; b) Operaciones de financiación realizadas por una entidad financiera o asimilable – cooperativas, mutuales, asociaciones sindicales – o por un dador de crédito, profesional u ocasional, con la finalidad de financiar una relación de consumo principal, vinculada o no con el proveedor. Se encuadran aquí préstamos personales o con garantía hipotecaria o prendaria, tarjetas de crédito, leasing, etc.

La Comunicación “A” 5460 de protección de los usuarios de servicios financieros, dictada por el Banco Central de la República Argentina ha formulado también su propia definición. Dicha Comunicación caracteriza a los usuarios de servicios financieros como a las personas físicas y jurídicas que en beneficio propio o de su grupo familiar o social y en carácter de destinatarios finales hacen uso de los servicios ofrecidos por los sujetos obligados, como a quienes de cualquier otra manera están expuestos a una relación de consumo con tales sujetos. Señala dicha norma que forman también parte de esta categoría los deudores de créditos cedidos por las entidades financieras comprendidas en la Ley de Entidades Financieras, independientemente de que hayan o no sido notificados fehacientemente de la transferencia de su obligación, así como los deudores de créditos adquiridos por entidades financieras por cesión.

En cuanto a los sujetos obligados, comprende a las entidades financieras, en los términos de la Ley N° 21.526, a las casas, agencias y oficinas de cambio, excepto por las operaciones permitidas de conformidad con el art. 3ro. del Decreto N° 62/71, a los fiduciarios de fideicomisos acreedores de créditos cedidos por entidades financieras y las empresas no financieras emisoras de tarjetas de crédito y/o compra, excepto por las operaciones no comprendidas en la Ley de Tarjetas de Crédito. Señala también que cuando un tercero desarrolle tareas relativas a servicios ofrecidos por los sujetos obligados o en su nombre, ambos serán responsables por el cumplimiento de las presentes normas y que esta previsión deberá establecerse en los instrumentos que acuerden la realización de dichas tareas.

En materia de consumidores hipervulnerables⁷, dispone que las personas con movilidad reducida, deficiencias motrices o dificultades de acceso a y/o de permanencia en los puntos de atención al usuario, comprendiendo en este segmento a las mujeres embarazadas o personas que cargan en brazos niños de hasta dos años deberán tener

5 Conf. ARIAS CÁU, Esteban Javier. - BAROCELLI, Sergio Sebastián, “Juicio ejecutivo, títulos de crédito y derecho del consumidor. El Superior Tribunal de Jujuy ratifica doctrina plenaria, pero siembra alguna incertidumbre”, *Microjuris*, 18-dic-2012, MJ-DOC-5999-AR | MJD5999

6 Criterio reafirmado por la jurisprudencia en materia de ejecuciones de títulos de crédito promovidas contra personas físicas por personas jurídicas no constituidas como entidades financieras, pero que pueden ser enmarcadas bajo el concepto de “proveedor”, *in re*, Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial, sala E • 19/06/2012 • Taller Paso de Burgos SRL c. Rodríguez, Alberto y otro, LA LEY 30/07/2012, 11.

7 Sobre el concepto de consumidores hipervulnerables, ver: BAROCELLI, Sergio Sebastián, “Los consumidores hipervulnerables como colectivos de especial protección por el Derecho del Consumidor”, en STIGLITZ, Gabriel A. - alvarez larrondo, Federico M. , *Derecho del consumidor, Problemática general del régimen de defensa del consumidor*, Hammurabi, Bs.As, 2013, p. 165.

atención prioritaria en las casas operativas y quedar eximidos de formar la fila; y en el caso de que deban aguardar para ser atendidos, se les deberá proveer de asientos adecuados. Prescribe también la necesidad de garantizar la accesibilidad física a los establecimientos. En el caso de las personas con dificultades visuales, se debe garantizar un diez por ciento de cajeros automáticos especiales la y accesibilidad a la banca por Internet (“home banking”) y banca móvil, como así también que la documentación asociada a los productos que contratan en sistema Braille, no pudiendo cobrar comisiones y/o cargos diferenciales por esto.

Respecto de los consumidores bursátiles, la cuestión parece, en principio, más compleja. En la normativa específica en la materia el concepto de “consumidor financiero” tiene como primera aparición en el primer considerando del Decreto 677/01, cuyo objetivo ha sido introducir en el régimen legal argentino los principios del denominado *governance*⁸. Si bien aparece en el Considerando primero del mencionado Decreto no se lo referencia en su articulado. Posteriormente la Ley N° 26.831, regulatoria del Mercado de Capitales, que ha afirmado como uno de sus objetivos (art. 1 inc. b) “*Fortalecer los mecanismos de protección y prevención de abusos contra los pequeños inversores, en el marco de la función tuitiva del derecho del consumidor*”. Se busca así contribuir eficazmente a la protección del consumidor inversor que canaliza sus ahorros mediante operaciones bursátiles, alejadas de las tradicionales operaciones bancarias pasivas. De todos modos no puede negarse que “...*existe una clara superposición subjetiva desde el punto de vista del proveedor, en tanto las entidades financieras —particularmente, los bancos comerciales—, actúan igualmente en el mercado de capitales (fondos comunes de inversión, cuentas de custodia o inversiones de clientes en valores negociables)*”⁹.

El criterio responde a exigencias de la realidad social, en la cual se constata cada vez con mayor frecuencia, que personas sin conocimiento técnico recurren para salvaguardar sus ahorros a servicios financieros y bursátiles: fondos comunes de inversión, acciones, títulos valores, bonos, títulos públicos, obligaciones negociales, títulos valores de fideicomisos, entre otros, son ofrecidos públicamente de manera masiva a públicos no especializados.¹⁰

En síntesis, al no ceñir las entidades financieras su actividad profesional –como usualmente se cree- a las concesiones de préstamos o a la recepción de depósitos, ello se proyecta a la hora de juzgar la naturaleza de sus vínculos y sus consiguientes responsabilidades.

3. Sobre el rol del Estado.

8 Conf. MARSILI María Celia, “El accionista inversor y la legislación sobre defensa del consumidor”, Ponencia al XI Congreso Argentino de Derecho Societario, VII Congreso Iberoamericano de Derecho Societario y de la Empresa (Mar del Plata, 2010), en <http://congresods.uade.edu.ar/greenstone/collect/congres1/archives/HASH0146/ede4bf81.dir/doc.pdf>

9 PAOLANTONIO, MARTÍN E., *¿El consumidor financiero es consumidor?*, op. cit., nota 60.

10 Conf. MARSILI María Celia, “El accionista inversor y la legislación sobre defensa del consumidor”, Ponencia al XI Congreso Argentino de Derecho Societario, VII Congreso Iberoamericano de Derecho Societario y de la Empresa (Mar del Plata, 2010), en <http://congresods.uade.edu.ar/greenstone/collect/congres1/archives/HASH0146/ede4bf81.dir/doc.pdf>

Como hemos sostenido en otras oportunidades, es una manda constitucional fundada en el artículo 42 que las autoridades públicas provean a la protección de los derechos de los consumidores. Ello obliga a las autoridades a formular e implementar políticas públicas activas en la garantía de los derechos de los consumidores, con agentes especializados y consustanciados con las normas, principios y filosofía del Derecho del Consumidor, con servicios de asistencia, asesoramiento y patrocinio gratuito de los consumidores en todas las instancias, administrativas y judiciales y políticas públicas activas de protección a los consumidores, coordinadas y concertadas, entre todos los poderes y niveles del Estado.

Entendemos que por la problemática específica de los servicios financieros y bursátiles deben doblarse los esfuerzos. Autoridades nacionales y locales de aplicación de consumo, poderes legislativos, el Banco Central de la República Argentina, la Comisión Nacional de Valores, defensores del pueblo, jueces y magistrados de los ministerios públicos, cada uno en los ámbitos de su competencia tienen cuestiones que atender en la materia y coordinar su acción con las demás, y con actores de la sociedad civil, especialmente con las asociaciones de consumidores y usuarios.

Las autoridades públicas deben ejercer el poder de policía estatal de regulación, fiscalización y control y diseñar e implementar políticas activas, adecuadas y enérgicas para la efectiva protección de los consumidores de servicios financieros y bursátiles, a través de la implementación de campañas de información, difusión y promoción de derechos, el control y regulación de publicidades engañosas y abusivas y prácticas abusivas, la regulación de costos financieros y de las entidades dadoras de crédito, el control de cláusulas abusivas en contratos de adhesión, la educación al consumo y el consumo sustentable.

Creemos también que los consumidores hipervulnerables de servicios financieros o bursátiles requieren políticas públicas e instituciones específicas de protección.

Si bien todos los consumidores gozan de la presunción *iure et de iure* de su debilidad y vulnerabilidad y todos los consumidores de servicios financieros y bursátiles merecen la protección del Derecho y el Estado, no obstante, entendemos que esta vulnerabilidad se ve especialmente profundizada frente a determinados consumidores especiales, los que la vulnerabilidad de ser consumidores se les suma otra vulnerabilidad, permanente o transitoria: su edad, estado de salud, situación sociocultural, analfabetismo, desconocimiento del idioma, situación de discapacidad, condición psicofísica, de género, socioeconómica o cultural. Constituyen algunos ejemplos de dicha categorización a las personas en situación de vulnerabilidad o exclusión social, los niños y adolescentes, las personas con padecimientos mentales, los adultos mayores, los inmigrantes, las personas analfabetas, los turistas, las mujeres, especialmente las gestantes, las personas *trans*, los miembros de pueblos originarios y las personas con discapacidad. Estamos convencidos que en estos casos de “hipervulnerabilidad”¹¹, debe profundizarse la aplicación de las normas protectorias del Derecho del Consumidor, conjugándolas acertadamente en un virtuoso “diálogo de fuentes”, con los diferentes estatutos protectorios de grupos especialmente vulnerables y/o históricamente desfavorecidos y discriminados.

11 LIMA MARQUES, Claudia “*Solidariedade na doença e na morte: sobre a necessidade de “ações afirmativas” em contratos de planos de saúde e de planos funerários frente ao consumidor idoso*”. en “*Constituição, direitos fundamentais e direito privado*”. Organização de Ingo Sarlet. Porto Alegre: Livraria do advogado, 2003. p. 185 a 222 y HEINECK SCHMITT, Cristiano, “*Prevenção y reparación de daños al consumidor anciano en América Latina*”, Revista Jurídica de Daños, 29-11-2012, II-LXVI-729, en <http://www.ijeditores.com.ar/articulos.php?idarticulo=63729&print=2>

Por lo tanto, el Estado, en sus diversos poderes y estamentos, debe promover, alentar, regular, establecer y velar por el cumplimiento de mecanismos que garanticen un trato no discriminatorio y políticas e instituciones específicas para los consumidores hipervulnerables de servicios financieros y bursátiles, como son las personas con discapacidad, los adultos mayores, los extranjeros, migrantes y refugiados, los consumidores de sectores socioculturales más vulnerables, la igualdad real de oportunidades de acceso al consumo, atención y de trato, y medidas de acción positiva que permitan su accesibilidad, la eliminación de las barreras naturales, culturales, lingüísticas, comunicacionales, sociales, educacionales, arquitectónicas, urbanísticas, y de cualquier otro tipo y la fiscalización y control de prácticas comerciales especialmente dirigidas a estos consumidores.

4. Conclusiones.

De lege lata

- 1) El artículo 36 de la Ley N° 24.240 de Defensa del Consumidor protege a los consumidores y usuarios de operaciones financieras de consumo y crédito al consumo.
- 2) La noción de “operaciones financieras de consumo” encuadrar a todas las operaciones, tanto activas, pasivas como neutras realizadas por entidades financieras comprendidas por la Ley N° 21.526 y otras entidades asimilables (cooperativas, mutuales, asociaciones sindicales, etc.) cuando el bien o servicio es destinado por satisfacer necesidades privadas o domésticas de consumidor o de su familia o grupo social de relación.
- 3) La noción de “crédito al consumo” comprende a las operaciones que financien total o parcialmente la adquisición o utilización de bienes y/o servicios para consumo privado (es decir, personal, familiar o social), cualquiera sea su forma, modalidad, tipo contractual o de otra especie, otorgado directamente por el proveedor del bien y/o servicio o por un tercero, vinculado o no con el proveedor, sea que actúe de manera profesional u ocasional.
- 4) Las autoridades públicas deben ejercer el poder de policía estatal de regulación, fiscalización y control y diseñar e implementar políticas activas, adecuadas y enérgicas para la efectiva protección de los consumidores de servicios financieros y bursátiles, a través de la implementación de campañas de información, difusión y promoción de derechos, el control y regulación de publicidades engañosos y abusivas y prácticas abusivas, la regulación de costos financieros y de las entidades dadoras de crédito, el control de cláusulas abusivas en contratos de adhesión, la educación al consumo y el consumo sustentable.

De lege ferenda

- 5) Los consumidores hipervulnerables de servicios financieros o bursátiles, en razón de su edad, nacionalidad, situación de discapacidad, sociocultural o similar requieren políticas públicas e instituciones específicas de protección.